

Algoritmi e intelligenza artificiale rivoluzionano anche la sanità

Pubblicato: Sabato 25 Luglio 2020



Cerba HealthCare Italia è un'azienda italiana che opera nel settore sanità – centri diagnostici – e fa parte di un gruppo internazionale che conta più di **8.000 lavoratori** dipendenti e un fatturato che supera **il miliardo di euro**.

Il *core business* del gruppo è incentrato sulle **analisi di laboratorio**, settore in cui è tra le prime cinque aziende su scala mondiale. In Italia è presente attraverso un **network di strutture sanitarie** il cui elemento caratterizzante è il focus sulla **medicina predittiva** che punta al mantenimento della salute del paziente, prima che all'intervento sul paziente malato, e sul **wellness** mediante l'integrazione dei dati clinici del paziente (esami di laboratorio, test genetici, diagnostica per immagini, indagini specialistiche) e il monitoraggio dello stile di vita dello stesso.

Recentemente l'azienda è stata menzionata in uno studio effettuato da **"Il Sole 24 Ore"** sulla crescita **resiliente** delle aziende italiane in un periodo compreso tra il 2007 ed il 2017: su un campione di **140.000 società**, Cerba si è classificata al trentottesimo posto. Dal 2005, a capo della società c'è **Stefano Massaro**: classe 1976, prima giovanissimo visionario e imprenditore del settore *healthcare*, oggi manager nel gruppo internazionale, ceo della società italiana e recentemente divenuto membro del comitato direttivo di tutto il gruppo Cerba HealthCare nel mondo.

John Sculley, già amministratore delegato di Pepsi Cola ed Apple, dice che l'innovazione non è mai arrivata attraverso la burocrazia e la gerarchia. È sempre arrivata attraverso gli individui. Dottor Massaro, che cosa significa fare innovazione nella sanità?

«Nel nostro settore, l'innovazione è uno strumento che favorisce il successo attraverso una nuova capacità di creare benessere, è la dimensione applicativa di un'invenzione, di una scoperta. Innovazioni ed invenzioni sono complementari, ma non sinonimi: innovazione è ciò a cui assistiamo ogni qualvolta un'azienda è in grado di portare l'invenzione alla sua ascesa industriale, di attribuirle rilevanza economica e, in ultima analisi, farla entrare nella vita delle persone».

Un esempio?

«Non fu certo Apple ad inventare il lettore Mp3, ma fu l'iPod a mettere migliaia di canzoni nelle tasche delle persone grazie ad un oggetto di uso comune. Analogamente, l'innovazione nella sanità segue lo stesso principio: oggi abbiamo a disposizione strumenti straordinari legati all'intelligenza artificiale e al *machine learning*. Disponiamo di oggetti che portiamo nella nostra quotidianità, un esempio su tutti lo smartphone, capaci di tenere traccia di ogni nostra abitudine, di ogni nostro movimento e di ciascuno dei nostri parametri vitali. Abbiamo a disposizione la capacità scientifica di analizzare il genoma umano in maniera tale che solo dieci anni fa sarebbe stato inimmaginabile. Abbiamo compreso che le abitudini di vita dell'individuo ed il patrimonio genetico dello stesso interagiscono fino a determinare l'incidenza di qualsiasi fattore di rischio. Disponiamo di sistemi di CRM (customer relationship management, ndr) avanzatissimi: abbiamo a disposizione la capacità di elaborare algoritmi sempre più veloci per individuare la correlazione tra cause ed effetti. Siamo ormai abituati a convivere con queste tecnologie in svariati ambiti delle nostre vite. Il mercato è capace di anticipare i nostri gusti e i sistemi di intelligenza artificiale, oramai sempre più diffusi, coprono il 99,9 per cento della conoscenza nota. L'errore marginale può esserci ma, in termini di velocità, efficienza, puntualità e capienza di informazioni, non hanno rivali. Un sistema di intelligenza artificiale se oculatamente programmato tramite algoritmi è in grado di distinguere opere d'arte autentiche da opere contraffatte, è capace di

distinguere una patologia da un normale disturbo, è in grado di fare riconoscimenti facciali e molto, molto altro ancora. Si potrebbe andare avanti all'infinito ad enumerare le opportunità di implementare l'intelligenza artificiale con il mondo in cui viviamo. Esiste infatti un paniere enorme di invenzioni che attendono solo che qualche innovatore le sappia intuire, concretizzare e porre al servizio della collettività. Fare innovazione in sanità significa avere in mente la visione del centro medico del futuro o, ancora, della presa in carico della salute dell'individuo».

Nella sanità il tema della spesa è sempre al centro del dibattito pubblico. Con il digitale le cose cambieranno?

«L'esigenza di innovare, oggi, passa dalla necessità impellente di un cambiamento nel paradigma della sanità: l'avvento della tecnologia deve democratizzare l'oggetto. Nella sanità, a dispetto delle altre tipologie di aziende, innovare, ha comportato sino ad ora, un aumento della spesa. Il *pay off* di Delta Medica (azienda in cui il Dott. Massaro era ceo prima di Cerba, ndr) era: "Si è abbastanza grandi per seguire l'individuo in tutto e quindi anche abbastanza piccoli per sapere chi è". Ne conseguono costi maggiori ma anche grandi aspettative per il futuro. Dati alla mano, scienza e medicina hanno permesso di estendere l'aspettativa di vita e ora la sfida prioritaria dell'innovazione è quella di innalzare l'aspettativa di vita sana riducendo conseguentemente il costo salute della collettività. Adesso, grazie all'avvento della cosiddetta "*digital health*", possiamo fare più prestazioni in tempi minori ed a costi più contenuti».

In che modo avete creato innovazione?

«L'abbiamo fatto e continueremo a farlo instancabilmente senza dimenticare che non esiste innovazione senza passare dall'errore e dal fallimento di alcuni progetti. È questo l'elemento chiave. Nel 2013 abbiamo creato il "**Medical life coaching**", un programma che consente di cambiare la vita e lo stato di salute del paziente. Abbiamo dato vita ad un algoritmo capace di mettere in relazione 12 valori ematici fondamentali con le abitudini di vita del paziente, il suo stile alimentare e il monitoraggio dell'attività fisica effettivamente svolta. Abbiamo presentato il progetto a moltissime aziende tecnologiche e siamo approdati ad un accordo con **Garmin**, leader mondiale della navigazione satellitare: nel 2014 "Medical life coaching" è stata la prima piattaforma sanitaria al mondo ad unire la cartella clinica del paziente ai dati forniti da un "*wearable device*", bracciale prodotto da una multinazionale di Kansas City capace di tenere traccia del movimento e del numero di pulsazioni dell'individuo 24 ore su 24, 7 giorni su 7. Va considerato che a quel tempo non esisteva *ihealth*, non esisteva *ibwatch* né molte delle soluzioni di monitoraggio della salute che ancora oggi sembrerebbero avveniristiche. Il tema di fondo è la sostenibilità di un progetto di questa portata: in un ecosistema in cui la tutela sanitaria è garantita da un Servizio Pubblico, è necessario nonché fondamentale che anche nel pubblico alberghino menti innovative capaci di investire sulla medicina predittiva senza canalizzare infinite risorse per rincorrere patologie già manifeste. Solo seguendo questa strada, avremo un programma come "Medical life coaching". Così facendo, finalmente, potrà smettere di essere elitario e riguardare la salute di tutti i cittadini senza discriminazioni di età o reddito. Solo in questo modo, attraverso l'aiuto di istituzioni recettive, un programma come Medical Life Coaching potrà dismettere i panni dell'invenzione ed assumere quelli dell'innovazione. Alla luce di quanto detto, sarebbe un vero peccato se questo ruolo passasse di mano e transitasse da un sistema di welfare pubblico ad un sistema sorretto meramente da assicurazioni private».

Dottor Massaro, parlando della figura del lavoratore nella sanità del futuro, come pensa di mettere i lavoratori al centro del vostro progetto?

«Coinvolgere le comunità locali ancor prima delle istituzioni. Questa è la chiave affinché si affermi un sistema diverso della gestione della salute. Certamente buone campagne di comunicazione e di informazione possono rivestire un ruolo divulgativo importante ma comportano spesso costi enormi con l'aggravante che, nel nostro settore, potrebbero persino essere confuse con messaggi di carattere pubblicitario. Noi preferiamo operare sui fatti e rendere ambasciatori i nostri collaboratori mettendo a loro disposizione tutto ciò che di innovativo l'azienda è in grado di creare. Non possiamo limitarci ad offrire al lavoratore la tutela sanitaria prevista dalla normativa (D.Lgs 81/08), dobbiamo coinvolgerlo in

quello che facciamo. Deve divenire un tutt'uno con l'azienda. Prescrizione del corretto stile di vita, prescrizione di comportamenti alimentari sani, prescrizione dell'allenamento e monitoraggio costante dei parametri clinici. Queste sono solo alcune delle opportunità che offriamo ai nostri lavoratori. L'azienda, ovviamente, non può imporre comportamenti e stili di vita ai propri lavoratori ma ha il dovere di coinvolgerli, ha il dovere di offrire loro opportunità e soprattutto conoscenza. Noi lavoriamo nel settore a maggior impatto sulla vita degli individui, studiamo e progettiamo centri medici la cui operatività è incentrata sulla figura del paziente. Dobbiamo creare un ecosistema all'interno del quale il lavoratore abbia a disposizione il tempo per dedicarsi ad una vita sana, per dedicarsi al proprio equilibrio psicofisico, per dedicarsi ai progetti di innovazione dell'azienda. Tutto ciò deve avvenire perché si delinea un nuovo modo di concepire l'individuo e quindi, non solo, perché, fisicamente, si striscia un badge. Aristotele infatti affermava: "a cosa serve il progresso se non ne possono beneficiare tutti?". Il nostro network cresce a grande velocità sul territorio italiano e internazionale seguendo un disegno "glocal", ovvero globale più locale, ciò implica che il servizio si diffonda globalmente attraverso una presenza locale capillare: ogni lavoratore può quindi usufruire di servizi, coinvolgere il proprio nucleo familiare, il proprio vicinato e la propria comunità per arrivare, auspicabilmente un giorno, a farne partecipi anche le istituzioni».

IL LAVORO DEL FUTURO



Gli studenti della Liuc raccontano il lavoro del futuro

di Silvio Pietro Andena